資料８

京都市消費生活条例第１７条第１項に基づく包装基準

包装基準の手引き

＜平成２１年６月＞

京都市

文化市民局　市民生活部　市民総合相談課

目　　次

〔別図・別表〕

〔例規等〕

このマニュアルの本文中において，特に断りの無い場合，
条例は「京都市消費生活条例」を，
包装基準は「京都市消費生活条例第１７条第１項に基づく包装基準」を
要綱は「包装の適正化に関する要綱」を
要領は「包装基準に適合しない商品を供給する事業者に対する指導，勧告及び公表に関する実施要領」を指す。

第１　包装基準制定の趣旨

商品の包装には，商品の保護，保全，運搬機能という役割の他に，販売促進機能があります。この機能は，消費生活の向上に伴って商品の量的な充足が進み，消費者の基本的なニーズが質の向上や種類の多様さへと変化する中で，ますます重要になっています。実用性だけでなくファッション性や文化性にも配慮して包装に趣向を凝らした商品は，私たちの消費生活に潤いを与えています。

一方，このような消費生活の向上をもたらした大量生産・大量消費・大量廃棄を伴う私たちの活動は，直接又は間接に環境への負荷を増大させ，その影響は，自然の持つ復元力を超え，現在及び将来の地球環境を脅かすまでになっています。健全で恵み豊かな地球の環境を将来の世代に継承していくためには，一人一人の生活様式の見直しなどにより，大量生産・大量消費・大量廃棄の社会経済システムから持続可能な循環型の社会経済システムへの転換を図ることが不可欠となってきています。

本市は，平成 9 年に気候変動に関する国際連合枠組条約の京都議定書が採択された都市として，事業者，消費者の参加と協働により，地球温暖化を防止する取組を先駆的かつ積極的に推進してきました。

商品の適正な包装に対する考え方は，経済的，社会的状況の推移とともに変化しますが，消費者においては，次世代への責任を果たす消費生活を念頭に置き，その価値観に沿って包装を選択する動きが始まっています。また，事業者においても，環境に配慮した事業活動の面から包装の改良に率先して取り組む動きが始まっています。

京都市消費生活条例では，消費者の権利として，包装の適正化を求める権利を掲げ，包装の適正化を図るための基準を定めることとしており，商品の内容を誇張したり，商品の価格を著しく高くさせる等，消費者に著しい不利益を及ぼす包装の使用を防止するため，包装基準を制定しています。

包装基準は，消費者の適正な商品選択を妨げないよう，過大包装の禁止について具体的な規定を設けています。過大包装の追放をはじめ，包装基準に沿って包装の適正化に取り組むことは，今日，ますます求められている省資源や廃棄物の減量といった面からも，包装における工夫の第一歩として，その取組指標の一つとなるものです。

包装基準を遵守し，その上で，環境配慮面での更なる工夫やユニバーサル・デザインを取り入れる工夫に積極的に取り組まれることが，消費者に一層支持される商品づくりに繋がるものと考えます。

第２　包装基準の適用範囲

> １　適用範囲
>
> この基準は，宝石類，貴金属類並びに極めて高価な美術工芸品及びこれに準ずるものを除くすべての商品の包装（消費者が直接手にしたときの包装をいい，容器を用いる包装を含む。以下同じ。）に適用する。
>
> （包装基準）

参照：図１　　包装基準を適用する商品の範囲
図１-2 適用しない商品
図１-3 包装に選択性がある場合の部分適用

１　商品の範囲

⑴ 消費者に供給される商品

ａ　包装基準でいう「商品」は，消費者が直接手にするものであり，事業者から消費者に供給されるものを対象とします。

ｂ　店舗での販売のほか，カタログ販売や競り売り等，取引の形態は問わず適用します。

ｃ　業務用の商品，商品の素材，部品など，専ら事業者間で流通している商品は消費者に供給される商品には当りません。

ｄ　「業務用」「プロ用」等と称されていても，消費者が通常の商品と同様に購入できる商品には包装基準を適用します。

⑵ 商品の取引に付随して提供される物品

商品の取引に付随して提供される，若しくは提供を期待させる物品*は，消費者の商品選択の重要な要素の一つとなることから，商品と同様に適用します。

＊　(1) 購入者のみが抽選でき，その当選者のみに提供される場合も含みます。
(2) 来店者全員に無料配布する物品など, 取引を伴わない場合はこれに当たりません。

２　適用しない商品

⑴　宝石類，貴金属類

ア　宝石，貴金属の範囲

ａ　包装基準でいう宝石, 貴金属は, 装身具であり, 人が身につけるためのジュエリー・装飾品です。

ｂ　単なる天然石や貴金属の地金は含みません。

ｃ　宝石や貴金属が使用されていても，住まいや物品のための装飾品，季節の行事で扱う飾り物，日用品等は,「宝石，貴金属」には含みません。

イ　宝石類，貴金属類の類に当たるものの範囲

ａ　一般的に宝石，貴金属と呼ばれるもののほか，その模造石等を用いたジュエリー・装飾品を含めて，それに類するものとして扱います。

ｂ　ジュエリー以外の装身具*も「類」に含めます。

*　装身具には，宝石，貴金属を用いていない場合も含みます。

（例示）指輪，ネックレス，ピアス，イヤリング，ブレスレット，ペンダント，ブローチ，装身用造花，髪飾り，スカーフ，カフスボタン，ネクタイ，ネクタイピン，ベルト，腕時計　など

⑵ 極めて高価な美術工芸品及びこれに準ずるものについて

ア　美術工芸品及びこれに準ずるもの範囲

包装基準でいう美術工芸品は，美術品や工芸品と呼ばれるものを広く指しており，消費者が，芸術的要素ほか，何らかのこだわりをもって選択する商品全般をこれに準ずるものとして，これらが極めて高価である場合に適用しない扱いになります。

イ　「極めて高価である」こと

ａ　金額の定めは設けておらず，個別の商品ごとに該当するかどうかを判定します。

ｂ　絶対的な価格の高さに拠らず，あくまで商品として，その販売されている状況等も考慮しながら，総合的に判定します。

３　包装の範囲

⑴ 適用する包装（消費者包装）

消費者が直接手にしたときの包装（以下，「消費者包装」という。）を適用範囲としていますが，商品は様々な段階で包装されるため，販売形態を考慮し，次の包装を消費者包装とします。

ア　消費者が購入を決定するときの包装とする場合

商品が包装されており，店頭で，消費者が購入を決定するときに，直接，手にする，若しくは視認する*ことができる場合は，そのときの包装を消費者包装とします。

＊　「直接，視認する」とは，写真ではなく，原物を直接目で見ることをいいます。包装箱の蓋側を外して展示している場合も，これに当たります。

イ　消費者が受け取ったときの包装とする場合

ａ　カタログ販売等で写真や文字情報のみで商品情報が提供されているなど，消費者が購入を決定する際に，包装を直接，手にする，若しくは視認することができない場合＊1は，消費者が受け取ったときの包装を消費者包装とします。

ｂ　消費者が受け取ったときの包装については，包装基準２(1)(4)の規定は適用しません。＊2

＊１　(1) 内容品が包装から出されて展示されている場合は，近くの棚から包装箱入りの商品をレジに持っていくことができるときであっても，これに含みます。

(2) 中古品等で，当初の包装が失われている場合は，事業者が新たに包装しているときであっても，これに含みます。

＊２　消費者が商品を優良誤認したときは，販売する際の表示や説明が適正なものであったかどうかが問題になります。

ウ　消費者包装に選択性がある場合の部分適用

ア，イのうち，次の①～③の包装については，包装基準の２(1)(3)の規定は適用しません。

①　個別販売品を内容品とした「二次使用目的の包装」

②　個別販売品の「詰め合わせ・抱き合わせ」の包装

③　同じ内容品で複数の包装形態がある場合の最も簡易な包装以外の包装

用語

二次使用目的の包装：内容品の保護，内容品の品質の保全等の一次的機能を果たした後に，当該包装の形状，材質等から一定の用途に使用し得ることが容易に認められる包装

詰め合わせ：同じ種類の商品を一つに包装すること

抱き合わせ：異なる種類の商品を一つに包装すること

(注)　１　抱き合わせは，独占禁止法の不適正な取引行為でいう「抱き合わせ販売」を指すものではありません。

２　包装基準では「詰め合わせ」「抱き合わせ」の扱いに差はないため，種類を厳密な区分して扱うものではありません。

(2) 適用しない包装

ア　業務用の包装

業務用の包装とは，事業者間での商品の輸送や保管・貯蔵等のための包装をいいます。

ただし，これらの包装であっても，そのままの状態で持ち帰ることを予定して消費者に供給するときは適用外とならない場合があります。

イ　消費者包装に付加する包装

消費者包装に付加する形で行われる包装は，包装基準の適用範囲外です。

（例示）贈答用の特別な包装，熨斗がけ，商品を包む販売店の包装紙，レジ袋・手提げ袋，個別に販売されている複数の商品を消費者の希望で詰め合わせる包装　など

4　内容品の範囲

(1) 商品の中身に当たるもの

内容品とは，商品の中身に当たるものであり，原則として，一切の包装を取り払った後の消費するもの＊1を内容品として扱います。ただし，次のアからオに当たる包装については，その包装を含めて内容品として扱います（単体の商品であれば，無包装の扱いになります。）＊2。

＊1　消費には，食品のように食べて滅失することのほか，耐久消費財のように使用することも含みます（取扱説明書や電気製品の電池等も消費するものに当たります。）。

＊2　包装の形態やその内容品の量は，社会通念上容認されるものであることが必要です。

ア　最小単位の包装

液状，粉末状，粒状，小さな固体の集合体等で，包装によって販売上の形態や品質を保持しているものは，その最小単位の包装を含めて内容品として扱います。

（例示）飲料水の瓶・ボトル・缶，豆腐のパック，干し椎茸・削り節・海苔などのパック・容器，洗剤の紙箱・ボトル，化粧品等の容器　など

イ　社会的・文化的背景のある包装

長年にわたり同じ包装形態を保っているなど，社会的・文化的背景から，包装そのものがその商品の構成要素となっていることが，社会通念上容認されているものは，その包装を含めて内容品として扱います。

（例示）○　慶弔用菓子等

- 五色饅頭の五個入りの箱など，内容品の配列に文化的背景のあるもの
- 千歳飴（七五三のお祝い用の手提げ袋に入ったもの）*

○　特定の素材で包むことが前提の商品

- ちまき，笹もち　など

○　包装そのものが商品に不可欠な構成要素となっている場合

- クリスマスプレゼントのお菓子の入った長靴，正月の福袋　など

＊　同じ袋でも飴の数が異なる場合があるが，中身の飴と袋の関係を包装基準では問わない（販売時に飴の数の説明が無い場合は，包装基準以外での問題となる。）。

ウ　収納ケース等

内容品が，その内容品の保管や持ち運びのための収納ケース等の包装に入れられている場合は，その包装も含めて内容品として扱います。

（例示）工具箱，楽器・顕微鏡・ミシンその他のハードケース　など

エ　中古品など，一度消費者に供給された商品の包装

中古品の包装形態は当初の事業者が提供した包装とは異なる場合があり，新品で購入した際の包装の有無が価値を左右する場合もあります。そのため，新品購入時の包装がある場合は，包装も含めて内容品として扱います。

なお，当初の包装が失われ中古品の販売業者が包装している場合は，「消費者が受け取ったときの包装とする場合（3-(1)-イ）」に当たります。

オ　特注品の包装

事業者からあらかじめ提示されている規格等によらず，消費者が特別に仕様を定めて事業者を選定し注文することにより，初めて製造される商品は，その包装も含めて内容品として扱います。

なお，単なる注文販売品は特注品に当たりません。

(2) 品質保持のために不可欠なもの

商品の中身には当たらないが，商品の品質保持のために不可欠なもの*1は，品質保持の限度を超えていると認められるもの及び輸送時の衝撃を吸収・緩和するためのもの*2を除き，内容品として扱います。

＊1　食料品その他の乾燥剤，脱酸素剤　など

＊2　緩衝材は除きますが，易損品と認められる内容品は，内容品体積の算定時に配慮します。

（参照：要綱 別表 空間容積率の求め方）

第３　適正な包装について

１　適正な包装の基本的な考え方

> ２　適正な包装の基準
> 　事業者が守るべき適正な包装の基準は，次のとおりとする。
> (1)　必要以上の過大な包装（以下「過大包装」という。）でないこと。
> (2)　消費者に危害を及ぼすことのない安全な包装であること。
> (3)　省資源及び廃棄物処理の観点から見て適切な包装であること。
> (4)　その他消費者の適正な商品選択を妨げない包装であること。
> （包装基準）

(1)　過大包装

ａ　商品を選択する際に，主として「大きさ」に起因して，優良誤認を与える包装です。

ｂ　包装は大きくならないが，経費を掛けて内容品に相応しくない豪華な包装とする場合も過大包装に当たります。

ｃ　包装基準による規制の中心であり，詳細は「２　過大包装の判定基準」で説明します。

(2)　消費者に危害を及ぼすことのない安全な包装

ａ　包装の素材等に有害物質が含まれていないものや，包装の材質・形状等によって消費者の身体を損傷するおそれのないものを指します。

ｂ　包装基準には具体的な規定を設けていませんが，安全は商品を供給する際の基本であり，事業者は食品衛生法の容器包装に関する規定ほか関係法令を遵守するとともに，事業者の責務として，安全を確保する必要があります。また，場合によっては，製造物責任法等によって損害賠償を求められることも考えられます。

(3)　省資源及び廃棄物処理の観点から見て適切な包装

ａ　商品の保護のための包装が必要な程度を超えて過剰になっていないものや，包装を廃棄処理する際に有害物質を排出しないものを指します。

ｂ　包装基準には具体的な規定を設けていませんが，事業者は我が国における循環型社会形成推進のための関係法令を遵守するとともに，事業者の責務として，環境に配慮するよう努める必要があります。

(4)　その他消費者の適正な商品選択を妨げない包装

ａ　包装の文字，絵，写真等の表示が内容品を正しく示しているものや，生鮮食料品では内容品がきちんと見えて色つやの誤認も招かないものを指します。

ｂ　包装基準には具体的な規定を設けていませんが，事業者は不当景品類及び不当表示防止法ほか表示に関する関係法令を遵守するとともに，事業者の責務として，より適正に商品情報の提供に努める必要があります。

参考　過大包装と過剰包装の区別について

過大包装と過剰包装については，必要な程度を超えている不必要な包装として，厳密に区別されることなく用いられていることが多いようです。包装の必要性の面から見れば，過大包装はすべて過剰包装に当たるとも言えますが，本市の包装基準では，消費者の商品選択に着目し，次の考え方を基本に，過剰包装から過大包装を区別して具体的な規定を設けています。

(1)　区分の考え方と例示

	区分の考え方	例示（包装基準との関係）
過大包装	商品を選択する際に，主として「大きさ」に起因して，優良誤認を与える包装	・外箱を大きくし，内容品の大きさを誤認させる包装 （空間容積，あげぞこ，がくぶち，めがね，あんこ，えんとつ，十二単衣） ・包装を豪華にし，内容品を良く見せる包装 （包装経費ほか）
過剰包装	優良誤認を与える包装ではないが，必要な程度を超えている包装	・商品・内容品の保護等が理由の包装・中間包装が，必要と認められない包装 （包装基準２(3)「省資源及び廃棄物処理の観点から見て適切な包装であること」を満たさない場合に当たる。） ・購入後に行われる包装 （レジ袋に入れる，箱を販売店の包装紙で包む，贈答用の特別な包装等。包装基準の適用範囲外。）

(2)　時系列から見た区分

消費者包装には，過大包装も過剰包装も存在する可能性がありますが，購入後に行われる包装には，過大包装に区分される包装は存在しません。

（イメージ）

消費者が直接手にしたときの包装（消費者包装）　↕ 過大包装

－－－－－（消費者が商品を選択し購入）－－－－－

購入後に行われる包装（消費者包装に付加する包装）　過剰包装

2　過大包装の判定基準

> 3　過大包装
> (1)　2(1)の過大包装とは，次のいずれかに該当する包装とする。ただし，商品群の特性等により次のいずれかに該当することについてやむを得ない事情があると認められるときは，この限りでない。
> ア　空間容積（包装容積から内容品体積を控除した容積をいう。）が包装容積の20パーセント以上であるもの
> イ　包装経費（商品の販売価格から内容品の販売価格を控除した額をいう。）が内容品の販売価格の15パーセント以上であるもの
> ウ　「あげぞこ」，「がくぶち」，「めがね」，「あんこ」，「えんとつ」，「十二単衣」等の方法により内容品を実質以上に見せかけているもの
> エ　二次使用機能（内容品の保護，内容品の品質の保全等の一次的機能を果たした後の使用機能をいう。）を偽装したもの
> オ　商品の詰め合わせ，抱き合わせ等により空間容積又は包装経費が必要以上であるもの
>
> （包装基準）

(1) 空間容積率について

ａ　空間容積率の求め方は，要綱「別表　空間容積率の求め方」に掲載しています。

ｂ　別表中，易損品（いそんひん）とは，ガラス製品，陶磁器のほか，衝撃により傷みやすい果物，壊れやすい菓子など，運搬する際に壊れやすいものをいいます。

（参照：要綱第２条，同別表）

(2) 包装経費率について

個別販売していないため内容品のみでの販売価格の設定をしていない場合は，消費者が手にしたときの商品を単位として内容品と包装のそれぞれの素材・材料に掛かる経費から算定してください。ただし，内容品の製造や包装作業に係る様々な費用を加味した経費率があれば，その数値で構いません。

(3)「あげぞこ」等について

区分に直接該当しない方法であっても，類似した方法によって内容品を実質以上に見せかけていると認められる場合には，これに当たります（「…「十二単衣」等」の「等」に当たる。）。

(4) 二次使用機能について

ａ　二次使用機能とは，二次使用目的の包装において，本来の機能として販売されている商品と同程度の品質及び性能を有することをいいます。包装部分を単独の商品として販売している類似商品と比べ，品質や性能が異なる場合には，その旨を表示その他の方法で明示する必要があります。

b　二次使用目的の包装であるときは，本来の機能として販売されている商品と同程度の品質及び性能を有するために必要である場合には，包装経費については問わないものとします。

（参照：要綱第３条第１～４項）

(5) 詰め合わせ，抱き合わせの包装について

a　空間容積や包装経費が必要以上であるかは，数値の大小ではなく，合理的に必要かどうかということが基準になります。

b　それぞれの内容品を容易に識別できる*ようにするために必要と認められる部分については，「必要以上」には当たりません。

c　空間容積率，包装経費率の数値を満たしていても，「必要以上」に当たる場合があります。

＊　内容品の一つ一つを識別させるということではありません。

内容品の一部が隠れる詰め方でも全く同じ内容品のため数量の表示によって足りる場合や，内容品は見渡せるが数が多くて数量の表示がないと何個入りか分かりにくい場合など，表示と組み合わせて考えることが必要となることもあります。

(参照：要綱第４条第１項，第２項)

(6) ただし書きの適用について

a　アからオのいずれかに該当することについての，やむを得ない事情は，個別の商品ごとに認められるか認められないかを総合的に判定します。

b　その商品固有の事情ではなく，商品群*の特性等として，他の商品にも関係があることが，やむを得ない事情があると認める要件の一つになります。

c　内容品について誤認を与えない工夫が十分尽くされているか，販売方法などの状況も考慮する場合があります。

＊　「商品群」については，あらかじめ範囲を設けておらず，個別の商品を判定し，認められるとする場合に，併せて引用する範囲を定めて，商品群とします。

（注）　やむを得ない事情があると認められた商品であっても，包装技術の進歩等により，改善が可能な状況になれば，ただし書きを適用するものではありません。

この場合，事業者によって対応に時間差が生じることが考えられますが，可能な事業者から順次取り組むことが必要です。

（参照：別表　ただし書き適用の例示）

3　消費者に分かりやすい商品とするために

(1) 内容等の表示

ａ　二次使用目的の包装をした商品を販売するときは，内容品についてそれぞれの品名及び数量を表示し，包装の材質，用途及び使用上の注意を表示しましょう。

(参照：要綱第３条第３項，第４項)

ｂ　包装に表示することが困難な場合は，説明書等による表示でも構いません。

ｃ　詰め合わせ又は抱き合わせの商品を販売するときは，内容品についてそれぞれの品名及び数量を表示しましょう。

(参照：要綱第４条第２項)

(2) 事業者名等の表示

ａ　包装商品について責任の所在を明らかにするため，氏名及び住所（法人の場合は，その名称及び所在地）その他必要な事項を当該包装に表示してください。

(参照：要綱第５条)

ｂ　消費者が商品について問い合わせできるよう，電話番号等についても表示するよう努めてください。

ｃ　品質が日々劣化する商品を消費者に宅配する場合は，責任の所在を明らかにするため，梱包日等の表示をするよう努めてください。

（例示）生鮮食品を注文に応じて詰め合わせて，宅配事業者に配達させる場合に「○○商店（○○区○○町××-×　電話×××‐××××）担当△△が×月×日詰め合わせ，同日発送致しました。」という説明書きを箱の中に入れておく等。

第４　包装基準に適合しない商品の是正について

条例では，包装基準に適合しない商品を消費者に供給していると市長が認めたときは，指導をすることができ，その指導を受けて，措置が不十分であると認めるときは，勧告等を行うことができる旨，規定しています。

（参照：条例第１４条第３項，第１７条第２項，第３４条，第３５条第１項第２号）

(参照：図２　過大包装の判定，是正指導の流れ)

１　指導等の対象となる事業者

ａ　包装基準に適合しない商品を消費者に供給している事業者は，消費者への供給方法や供給が直接・間接であるかを問わず，対象となります。

ｂ　報告の依頼や指導等は，供給している事業者すべてに行うものではなく，商品の供給状況等を考慮のうえ，実質的な供給者と認めることができる事業者に対して行います。

（参照：要領第２条第２項）

(例示)　○　贈答用など特定の小売店で扱う商品
　　　　　　当該小売事業者
　　　　○　販路を限定せず広く流通している商品
　　　　　　製造した事業者，若しくは輸入した事業者

２　包装基準に適合しないことの判定

⑴　報告(改善)の依頼

ａ　包装基準に適合しない疑義のある商品（以下，「疑義商品」という。）を認めた場合は，関係事業者に，報告（改善）の依頼を行います。

報告事項は，通常，次のとおりです。

①　改善内容（改善予定）
②　改善が困難な場合は，その理由
③　その他の報告依頼事項

ｂ　消費者からの情報提供等によって空間容積を算定済みでない場合など，商品の計測のみを依頼することもあります。

ｃ　報告については，本市の公用文の一般的な書式により，文化市民局長名で依頼します（依頼内容が多岐に渡ることが想定されるため，様式は特に定めません。）。

ｄ　報告期限までに回答が無い場合は，原則として，回答が無いことをもって報告内容とし，審査します。

（参照：要綱第６条）

(2) 報告内容の審査

ａ　適合の判定に当たり，必要に応じて，消費生活審議会の意見を聴くこととしています。包装基準に適合しないことの最終的な判定は，速やかに是正を指導することが適当と認められる場合を除き，消費生活審議会の意見を聴取して行います。

なお，包装基準の判定案件に係る部分は非公開で開催します。

（参照：要綱第７条）

ｂ　ａの審議会を開催する場合は，事業者は審議会において直接事情を述べる又は報告内容の補足資料を提出することができるものとします。ただし，機会を利用する，しないは任意です。

３　指導，勧告及び公表

指導等については，条例では「できる」ものとされており，事例に応じてその実施を決めることになりますが，包装基準では，事前に報告を求め，やむを得ない事情等を調査した上で判定するため，適合しない商品であれば，原則として，条例の規定に基づく指導等をすることになります。

(1) 指導

ａ　審査の結果，包装基準に適合しない商品であると判定した商品について，条例に基づき指導をします。

（参照：条例第３４条）

ｂ　指導は，「包装基準に適合しない商品の是正指導書（第1号様式）」で行います。

指導を受けた事業者は，「包装基準に適合しない商品の是正指導に係る回答書（第２号様式）」を報告期限までに提出してください。

（参照：要領第２条第１項）

ｃ　指導は，商品の供給状況等を考慮のうえ，実質的な供給者と認めることができる事業者に対して行います。

（参照：要領第２条第２項）

(2) 勧告

ａ　指導の結果，措置内容が不十分であれば，条例に基づき勧告します。

（参照：条例第３５条第１項）

ｂ　勧告は，「包装基準に適合しない商品の是正勧告書（第３号様式）」で行います。

勧告を受けた事業者は，「包装基準に適合しない商品の是正勧告に係る回答書（第４号様式）」を報告期限までに提出してください。

（参照：要領第３条第１項）

ｃ　勧告したときは，その旨及びその勧告の内容を，関係する事業者団体，事業者に「包装基準に適合しない商品の是正勧告に係る関係者等への通知書（第５号様式）」により通知します。

（参照：要領第３条第２項）

(3) 公表

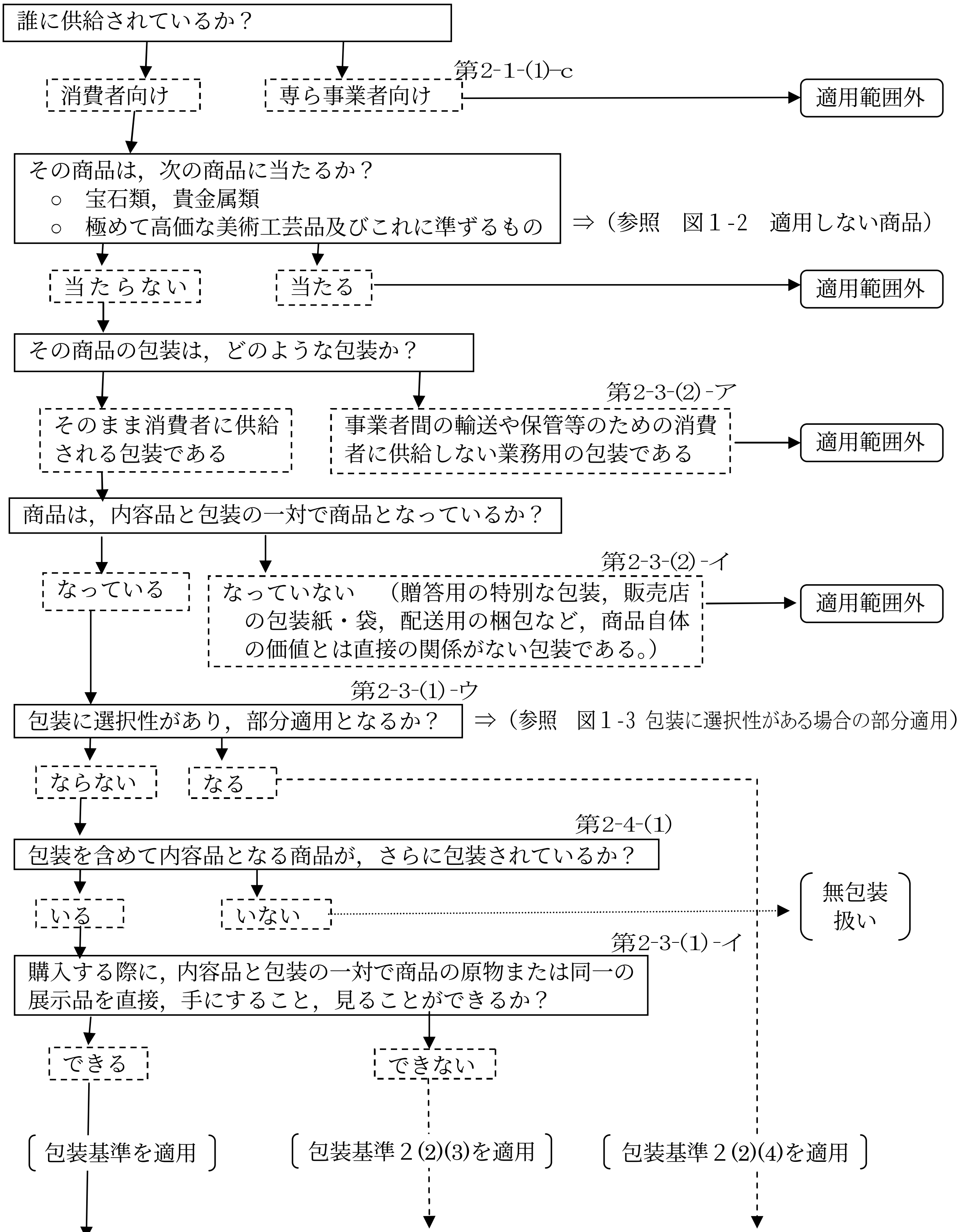
ａ　正当な理由がなく，勧告に従わないときは，勧告の内容等を公表します。

（参照：要領第４条第１項）

ｂ　公表の方法は，市民総合相談課のホームページに掲載するほか，広く市民に周知できる方法により公表します。

（参照：要領第４条第２項）

図１　包装基準を適用する商品の範囲



2　適正な包装の基準

事業者が守るべき適正な包装の基準は，次のとおりとする。

(1)　必要以上の過大な包装（以下「過大包装」という。）でないこと。

(2)　消費者に危害を及ぼすことのない安全な包装であること。

(3)　省資源及び廃棄物処理の観点から見て適切な包装であること。

(4)　その他消費者の適正な商品選択を妨げない包装であること。

図１-２　適用しない商品

図１　　その商品は，次の商品に当たるか？
- ○　宝石類，貴金属類
- ○　極めて高価な美術工芸品及びこれに準ずるもの

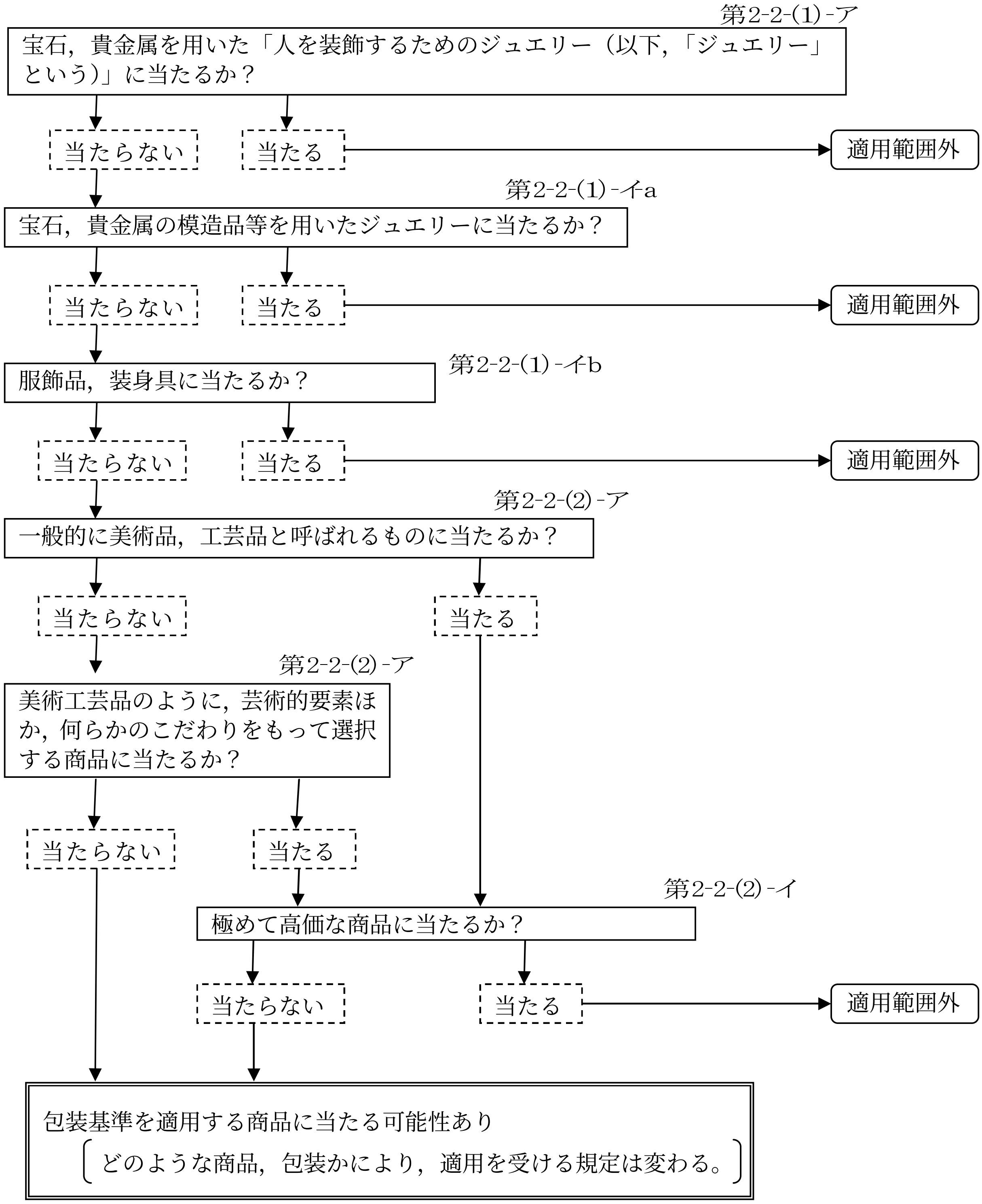


図１-3　包装に選択性がある場合の部分適用

図１　包装に選択性があり，部分適用となるか？

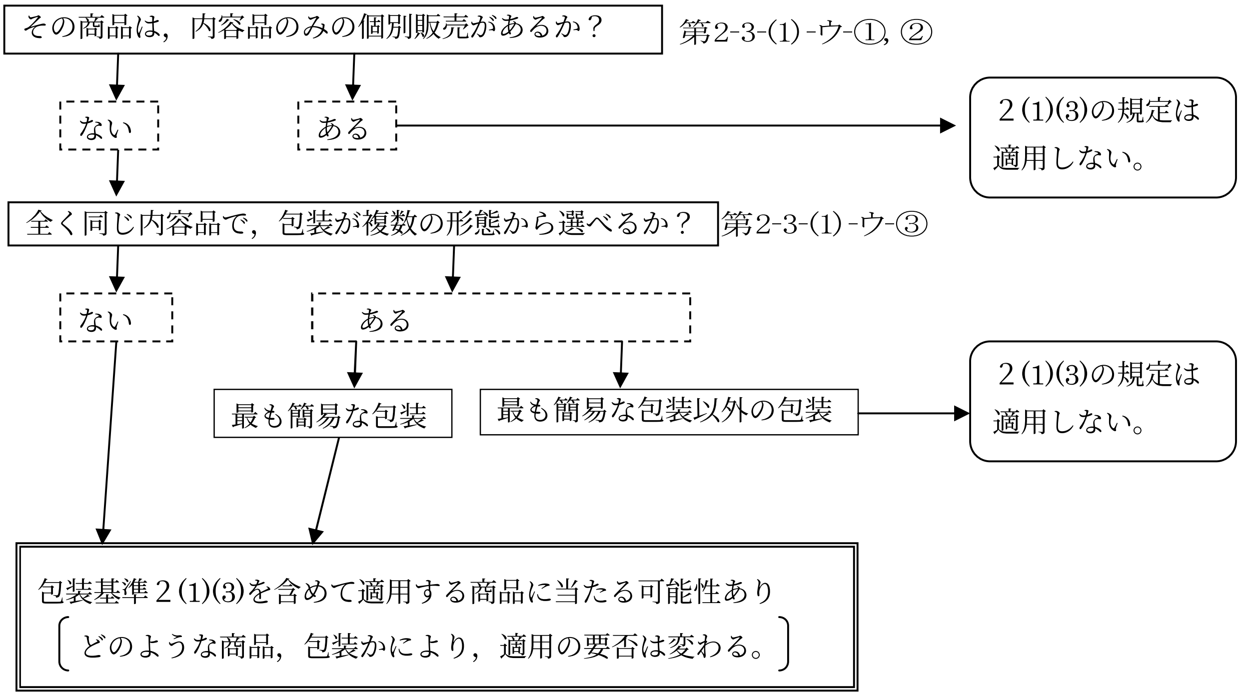
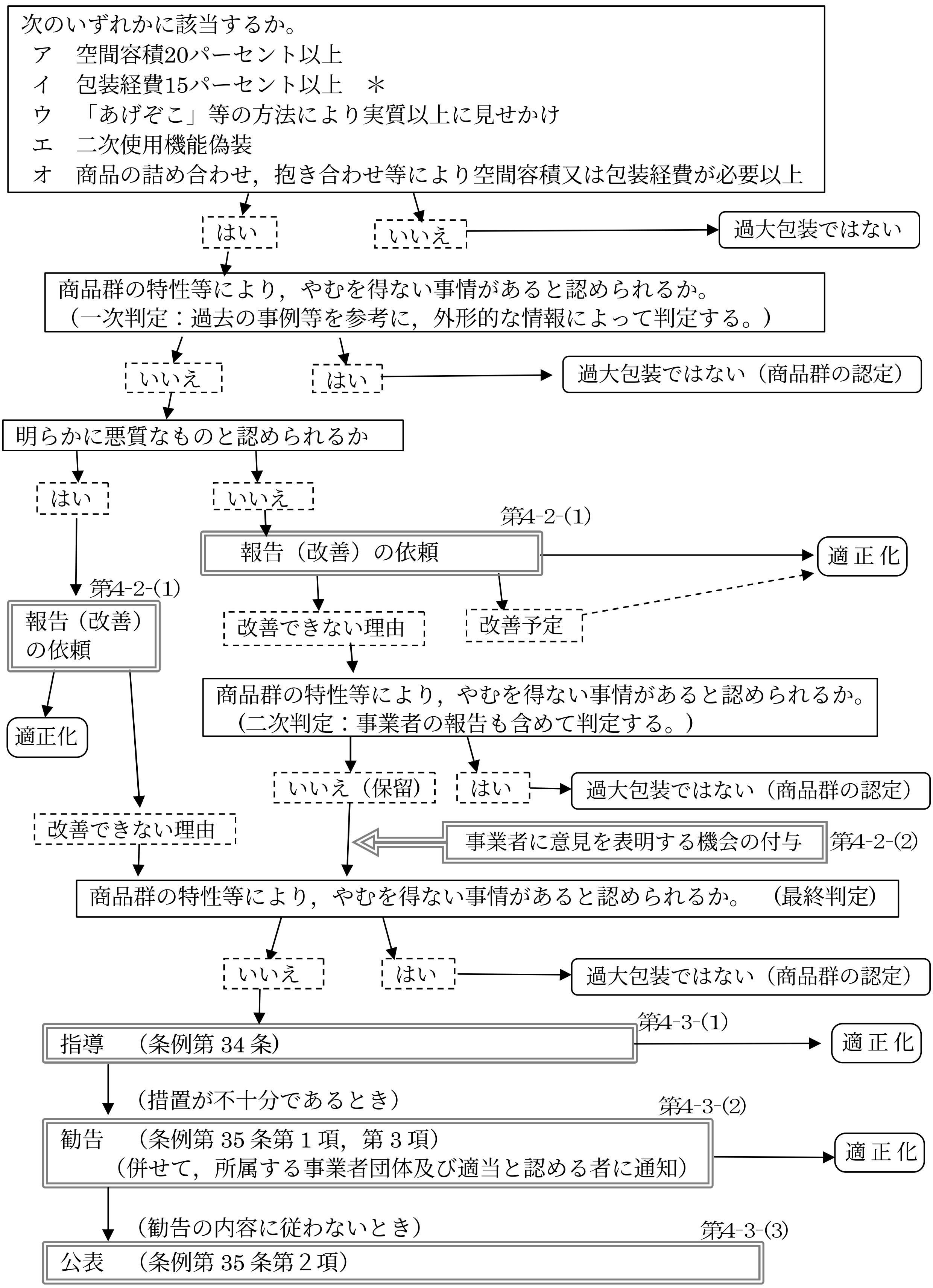


図２　　過大包装の判定，是正指導の流れ



＊　包装経費については，外形的な情報ではないため，疑義があるものでなければ，包装経費15パーセント以上には当たらないものとする。ただし，二次使用を目的とした包装以外で，疑義があるものについては，二次判定に委ねる。

別表　ただし書き適用の例示

商品群の区分　(関係項目／適用の条件)	商品例
1　二次使用目的の包装と認められる商品 （イ／適用の条件） 二次使用機能を有するために必要な包装経費と認められる場合	菓子の入った小物入れ　など
2　品質保持のため，特に輸送時の振動や衝撃を防ぐ配慮が必要な商品 （ア／適用の条件） (1) 内容品体積の算出時に易損品扱いとする商品より，さらに配慮が必要であると認められること (2) 使用する緩衝材は必要な程度を超えていないと認められること	精密機器，特に形状が崩れやすい菓子　など
3　大小異形等の内容品の詰め合わせ又は抱き合わせをした商品 （ア／適用の条件） (1) 空間を削減するために，内容品の配置の工夫が十分されていること (2) 現状以上に空間を削減するためには，内容品の識別を妨げると認められること	食品等のセット，乳幼児用の食器セット　など
4　内容品が小さく，表示のために包装の大きさが必要な商品 （ア／適用の条件） (1) 法令等で定められた事項や商品内容を適切に伝達するうえで必要と認められる事項の表示のために包装の大きさがやむを得ない程度であること (2) 1箱が1回分であり，内容量の多少が商品の価値を左右しないものであること (3) (2)に当たらない場合は，内容量の誤認を与えない工夫が十分されていること	栄養ドリンクほか医薬品・医薬部外品，化粧品　など
5　ピンホールが危惧される最小単位の包装を内容品とする場合に，封入作業等のために包装の大きさが必要な商品 （ア／適用の条件） (1) 内容量の誤認を与えない工夫が十分されていること (2) 封入作業その他の必要な状況が説明されていること (3) (2)において，類似商品については，製造事業者の姉妹商品であれば確認の省略は差し支えないが，異なる製造事業者など条件が異なる場合は，個別に確認が必要であること	削り節や佃煮等の食品の真空パック，小口包装が複数箱詰めされた菓子・インスタント飲料　など

商品群の区分　(関係項目／適用の条件)	商品例
6　異なる商品間で包装を共用している商品 （ア，オ／適用の条件） (1) 共用しているいずれかの商品が，その商品単体で包装基準に適合していると認められること (2) その他の商品において，内容量の誤認を与えない工夫が十分されていること	観賞用の造花シリーズで，同じ箱に異種大小の造花を内容品とする場合など
7　透明な包装で，内容品が視認できる商品 （ア，オ／適用の条件） (1) 内容品が容易に識別できること (2) 視覚的に許容される程度の空間容積であること	乳幼児食器セットなど
8　商品全体が小さな贈答品の包装 （ア，オ／適用の条件） (1) 商品の種類は，特殊なものでないこと (2) 内容品と包装の大きさの関係においても，特殊なものでないこと (3) 内容量の誤認を与えない工夫が十分されていること (4) (3)を数量の表示で行う場合は，通常，流通している一般的な包装単位を用いること（例：お茶100ｇなど）	銘茶 100ｇ２パック詰め合わせ　など
9　包装の形態等に商品と同様の価値を認めて購入されることが一般的に容認されている商品 （ア，オ／適用の条件） (1) 内容量の誤認を与えない工夫が十分されていること (2) いくつかの種類のうちの一つが入っている商品では，その点も明示すること	包装箱のイラストが特徴的で内容品と併せて飾られる要素がある玩具，玩具菓子，包装や内容品のデザインが特徴となっている観光土産その他の菓子　など

京都市消費生活条例　（抄）

【包装基準制定関係】

(基本理念)
第3条　消費生活施策は，消費者の次に掲げる権利(以下「消費者権」という。)の実現を図ることを旨として，推進されなければならない。
(1)　消費生活において生命及び身体の安全が確保されるとともに，財産を侵害されない権利
(2)　商品等の表示，計量，包装，広告，価格及び供給の適正化を求める権利
(3)　（以下，略）

(包装の適正化)
第17条　市長は，包装(容器を使用する包装を含む。以下同じ。)の適正化を図るため，包装基準(包装で使用すべき物及び包装の方法に関する基準をいう。以下同じ。)を定めなければならない。
2　第14条第2項及び第3項の規定は，包装基準について準用する。

(商品等の表示の適正化)
第14条　（略）
2　市長は，商品等表示基準を定め，又は変更したときは，これを告示しなければならない。
3　事業者は，商品等表示基準に適合しない商品等を消費者に供給してはならない。

【指導，勧告及び公表関係】

(事業者に対する指導)
第34条　市長は，事業者が次の各号のいずれかに該当するときは，当該事業者に対し，消費者権を保護するための措置その他の必要な措置を講じるよう指導をすることができる。
(1)　第14条第3項(第15条第2項及び第17条第2項において準用する場合を含む。)，第16条，第18条，第19条第1項又は第20条の規定に違反していると認めるとき。
(2)　（略）

(事業者に対する勧告及び公表)
第35条　市長は，事業者に対し前条の規定による指導を行った場合において当該事業者による同条の措置が不十分であると認めるときは，当該事業者に対し，相当の期限を定めて，同条の措置を的確に講じるよう勧告することができる。
2　市長は，前項の規定による勧告を受けた者が，正当な理由がなく，その勧告に従わないときは，その旨及びその勧告の内容を公表することができる。
3　市長は，第1項の規定による勧告をしたときは，その旨及びその勧告の内容を，同項の事業者が所属する事業者団体，当該事業者と契約関係にある他の事業者(市長が当該関係を知っている場合に限る。)その他市長が適当と認める者に通知しなければならない。
4　市長は，事業者が次の各号のいずれかに該当するときは，その旨を公表することができる。
(1)　（略）
(2)　正当な理由がなく，第32条の規定による報告若しくは資料の提出をせず，又は虚偽の報告若しくは資料の提出をしたとき。
(3)　正当な理由がなく，第33条第1項の規定による立入調査を拒み，妨げ，若しくは忌避し，又は質問に対して陳述せず，若しくは虚偽の陳述をしたとき。

【事業者等の責務・役割関係】

（事業者の責務）
第5条　事業者は，次に掲げる責務を有する。
(1)　消費者の年齢その他の特性に配慮し，消費者権の実現を図ること。
(2)　第3条の基本理念にのっとり，事業活動に関し遵守すべき基準を作成するとともに，消費者からの苦情を処理するため必要な体制を整備すること。
(3)　契約の条項を定めるに当たっては，その内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるよう配慮すること。
(4)　個人に関する情報を適正に取り扱うこと。
(5)　環境に配慮した活動を行うこと。
(6)　消費生活施策に協力すること。

（事業者団体の役割）
第6条　事業者団体は，次に掲げる役割を積極的に果たすものとする。
(1)　消費者権の実現に寄与すること。
(2)　事業者による前条各号に掲げる責務の遂行に寄与すること。
(3)　消費者と事業者との間の信頼関係の構築に寄与すること。

【その他】

（緊急時の公表）
第26条　市長は，第3条第1項第1号から第3号までに掲げる権利の侵害の発生又はその拡大を防止するため緊急の必要があると認めるときは，商品等の名称，事業者の氏名又は名称その他必要な事項を公表することができる。
2　前項の規定による公表は，同項の権利の侵害の発生又はその拡大を防止するために必要な限度を超えないものでなければならない。
3　市長は，第1項の規定による公表をしたときは，遅滞なく，その旨及びその公表の内容を第36条に規定する審議会に報告しなければならない。

（報告又は資料の提出）
第32条　市長は，消費者権の実現を図るため必要な限度において，事業者に対し，商品等の内容その他必要な事項について報告又は資料の提出を求めることができる。

（立入調査等）
第33条　市長は，消費者権の実現を図るため必要な限度において，市長が指定する職員に，事業者の製造所，営業所その他の場所に立ち入り，必要な調査をさせ，又は関係者に質問させることができる。
2　前項の規定により立入調査又は質問をする職員は，その身分を示す証明書を携帯し，関係者の請求があったときは，これを提示しなければならない。
3　第1項の規定による立入調査又は質問の権限は，犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

○ 京都市消費生活条例第17条第1項の規定に基づく包装基準

昭和59年10月4日

告示第166号

京都市消費生活条例第17条第1項の規定に基づく包装基準

京都市消費生活条例第17条第1項の規定に基づき，包装基準を次のとおり定める。

1　適用範囲

この基準は，宝石類，貴金属類並びに極めて高価な美術工芸品及びこれに準ずるものを除くすべての商品の包装(消費者が直接手にしたときの包装をいい，容器を用いる包装を含む。以下同じ。)に適用する。

2　適正な包装の基準

事業者が守るべき適正な包装の基準は，次のとおりとする。

(1)　必要以上の過大な包装(以下「過大包装」という。)でないこと。

(2)　消費者に危害を及ぼすことのない安全な包装であること。

(3)　省資源及び廃棄物処理の観点から見て適切な包装であること。

(4)　その他消費者の適正な商品選択を妨げない包装であること。

3　過大包装

(1)　2(1)の過大包装とは，次のいずれかに該当する包装とする。ただし，商品群の特性等により次のいずれかに該当することについてやむを得ない事情があると認められるときは，この限りでない。

ア　空間容積(包装容積から内容品体積を控除した容積をいう。)が包装容積の20パーセント以上であるもの

イ　包装経費(商品の販売価格から内容品の販売価格を控除した額をいう。)が内容品の販売価格の15パーセント以上であるもの

ウ　「あげぞこ」,「がくぶち」,「めがね」,「あんこ」,「えんとつ」,「十二単衣」等の方法により内容品を実質以上に見せかけているもの

エ　二次使用機能(内容品の保護，内容品の品質の保全等の一次的機能を果たした後の使用機能をいう。)を偽装したもの

オ　商品の詰め合わせ，抱き合わせ等により空間容積又は包装経費が必要以上であるもの

(2)　(1)アの包装容積及び内容品体積の算出方法は，別表第1のとおりとする。

(3)　(1)ウの「あげぞこ」,「がくぶち」,「めがね」,「あんこ」,「えんとつ」及び「十二単衣」の意義は，別表第2のとおりとする。

4　実施時期

この基準は，昭和60年3月1日から実施する。

附　則(平成17年9月30日告示第327号)

改正後の基準は，平成17年10月1日から施行する。

別表第1

区分	算出方法
包装容積	1　直方体の包装については，その実質の容積を算出する。 2　外箱及び内箱から成る直方体の包装については, 内箱の縦及び横の長さ並びに高さを測定して容積を算出する。ただし，内箱の高さを超えて内容品が収納されているときは，その収納された状態において最も高い内容品の部分の高さを内箱の高さとみなして算出する。 3　1及び2により難い包装については, その形状等を考慮して容積を算出する。
内容品体積	1　直方体の内容品については，その実質の体積を算出する。 2　円すい形，円筒形等の内容品については，当該内容品を収納することができる最小の直方体の体積を当該内容品の体積とみなして算出する。 3　1及び2により難い内容品については, その形状等を考慮して体積を算出する。

別表第2

区分	意義
あげぞこ	外見から容易に判明しないような方法で包装の底を上げ，又は底を上げるのと同様のことをすること。
がくぶち	包装に額縁状の広い幅の縁取りをすること。
めがね	包装に切り抜きをして，中が見える部分にのみ内容品を入れること。
あんこ	包装の底又は個々の内容品の間に紙片, 木毛セロハン等を詰めること。
えんとつ	包装の中に空洞を作ること。
十二単衣	幾重にも包装を重ねること。

包装の適正化に関する要綱

（趣旨）
第１条　この要綱は，京都市消費生活条例第１７条第１項の規定に基づく包装基準（昭和59年10月4日京都市告示第166号。以下「包装基準」という。）の実施に際し，包装の適正化を図るため必要な事項を定めるものとする。

（算出方法）
第２条　包装基準３(1)アの空間容積の比率（以下「空間容積率」という。）の算出方法は，別表のとおりとする。

（二次使用目的の包装に関する事項）
第３条　包装基準３(1)エの二次使用機能とは，内容品の保護，内容品の品質の保全等の一次的機能を果たした後に，当該包装の形状，材質等から一定の用途に使用し得ることが容易に認められる包装（以下「二次使用目的の包装」という。）において，本来の機能として販売されている商品と同程度の品質及び性能を有することをいう。
２　二次使用目的の包装が包装基準３（1）イに該当する場合において，前項の品質及び性能を有するために必要があると認められるときは，やむを得ない事情に当たるものとする。
３　事業者は，二次使用目的の包装をした商品を販売するときは，内容品についてそれぞれの品名及び数量を表示するよう努めるものとする。
４　事業者は，前項の商品を販売するときは，当該包装の材質，用途及び使用上の注意を表示するよう努めるものとする。

（詰め合わせ又は抱き合わせをした商品に関する事項）
第４条　事業者は，詰め合わせ又は抱き合わせをした商品を販売するときは，内容品を容易に識別できるよう努めるものとする。
２　事業者は，前項の商品を販売するときは，内容品についてそれぞれの品名，数量を表示するよう努めるものとする。

（事業者名等の表示）
第５条　事業者は，包装商品について責任の所在を明らかにするため，氏名及び住所（法人の場合は, その名称及び所在地）その他必要な事項を当該包装に表示するものとする。

（事業者の意見の聴取）
第６条　市長は，包装基準３(1)のアからオのいずれかに該当する包装が，やむを得ない事情があると認めた商品群の包装に当たらないときは，当該事業者の意見を聴くものとする。ただし，速やかに指導することが適当であると認められるときはこの限りでない。

（審議会の意見の聴取）
第７条　市長は，包装基準の適合を判定するに当たり，必要があると認めるときは，京都市消費生活審議会の意見を聴くものとする。

（補則）
第８条　この要綱に定めるもののほか，包装の適正化を図るため必要な事項は，文化市民局市民生活部長が定める。

附　則
（施行期日）
１　この要綱は，平成21年6月1日から実施する。
（関係要綱の廃止）
２　包装の適正化の指導に関する要綱（昭和60年3月1日実施）は廃止する。

別表（第２条関係）

空間容積率の求め方

1　包装容積の算出方法について

(1) 縦，横，高さは，原則として，内のりを計測する。
　ただし，折り返しにより枠を形作っている紙等の箱で，箱枠の厚みが 1 cm を超える場合は，外のりを計測する。

(2) 外箱と内箱のある場合は，内箱を計測する。
ア　内箱の高さが内容品の高さより低い場合は，内容品の高さをその内箱の高さとして計測する。
イ　外箱の枠の厚みが必要な程度を超えており，外見上，外箱で商品の大きさを判断するような販売されている場合は，外箱の外のりを計測する。

(3) 箱の構造上欠くことができないと認められる場合を除き，仕切り板等は存在しないものとみなして計測する。

(4) 袋詰めされた商品は，内容品を均一にならした状態で，外のりを計測する。

(5) 内容品の収納部分とその他の部分の境目が一見して明らかな場合は，包装フィルムの接着部分等の縁取りは存在しないものとして計測する。
　ひねり包装の場合は，ひねり部分より上の部分は存在しないものとして計測する。

2　内容品体積の算出方法について

(1) 内容品とは，商品の中身であり，一切の包装を取り払ったものをいう。

(2) 内容品体積とは，内容品が内接する最小の直方体の体積とする。ただし，直方体とみなすと包装の内のりの実測値を超える等の場合はこの限りでない。

(3) 内容品体積は，内容品が複数ある場合はそれぞれの内容品体積を合計して算出する。

(4) 易損品については，商品保護のため通常以上に仕切りや緩衝材を必要とするため，内容品の周囲（縦，横，高さ）0.5 cm 以内の空間を加えた体積をその内容品の体積とみなして算出する（計算上は，縦，横，高さの計測値にそれぞれ 1 cm 加算して算出する。）。

(5) 食品等で最小単位の包装を内容品とみなすことが必要と認められる場合で，袋詰め包装のときは，内容品を均一にならす，或いは一方に寄せる等により，できるだけ直方体に近づけた状態で計測する。
ア　包装フィルムの接着部分などの縁取り部分及び内容品を寄せた場合の収納部分の余剰空間については，原則として折り込むものとする。
イ　折り込まれない状態で収納されることが一般的であると認められる場合は，当該内容品の収納場所の実測値を超えない範囲で，幅 1 cm までを内容品の長さに含めて，体積を算出する。
ウ　ひねり包装の場合は，アによって算出した体積と，ひねり部分は折り込まない状態でひねり部分より上の部分は存在しないものとして計測した数値の高さに0.5 cmを加算して算出した体積のうち，小さいものを体積とする。

(6) 通常，一体として内容品とみなされるものは，分解等によって分割が可能であり，分割後にそれぞれが商品となる場合であっても，分割しないで算出する。

3　空間容積率の算出方法について

$$\text{空間容積率（\%）} = \frac{\text{（包装容積）}-\text{（内容品体積）}}{\text{（包装容積）}} \times 100$$

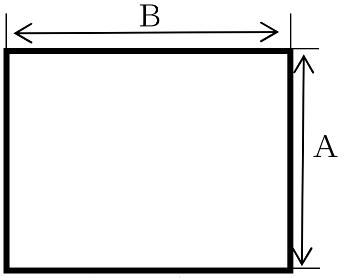
4　算出例

(1) 包装容積

包装容積＝V　　包装の縦＝A，横＝B，高さ＝H

1　直方体の包装については，その実質の容積を算出する。

（算出例）　　計算式　包装容積V＝A×B×H



（平面図）



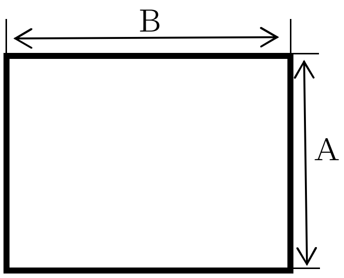
（側面図）

2　外箱及び内箱から成る直方体の包装については, 内箱の縦及び横の長さ並びに高さを測定して容積を算出する。ただし，内箱の高さを超えて内容品が収納されているときは，その収納された状態において最も高い内容品の部分の高さを内箱の高さとみなして算出する。

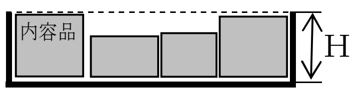
（算出例）

①　内箱の高さを超えないで内容品が収納されているとき

計算式　包装容積V＝A×B×H



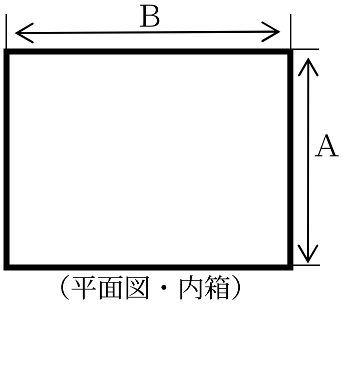
（平面図・内箱）



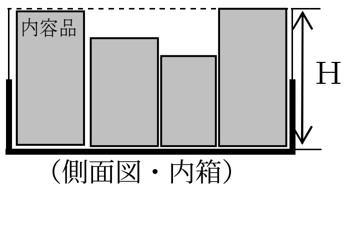
（側面図・内箱）

②　内箱の高さを超えて内容品が収納されているとき

計算式　包装容積V＝A×B×H



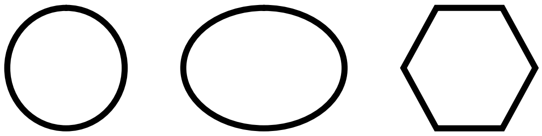
（平面図・内箱）



（側面図・内箱）

3　1及び2により難い包装については，その形状等を考慮して容積を算出する。

（見本：円形その他）



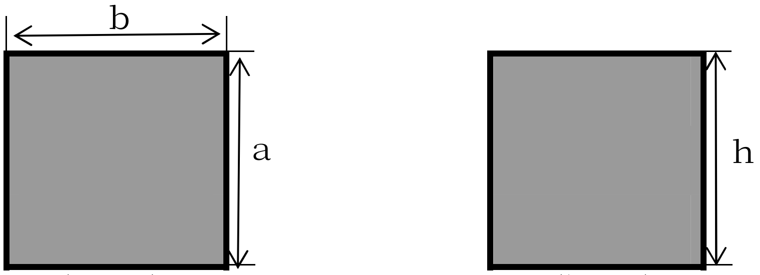
ただし，これらの形状の包装が，直方体の包装に入れられている場合は，１，２により直方体の容積を算出する。

(2) 内容品体積

内容品体積＝ｖ　　内容品の縦＝ａ，横＝ｂ，高さ＝ｈ

1　直方体の内容品については，その実質の体積を算出する。

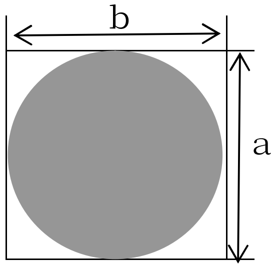
（算出例）　　計算式　内容品体積ｖ＝ａ×ｂ×ｈ

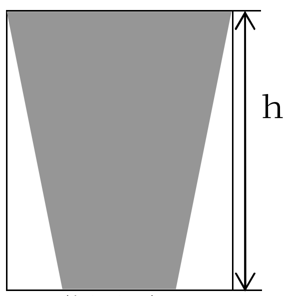


（平面図）　（側面図）

2　円すい形，円筒形等の内容品については，当該内容品を収納することができる最小の直方体の体積を当該内容品の体積とみなして算出する。

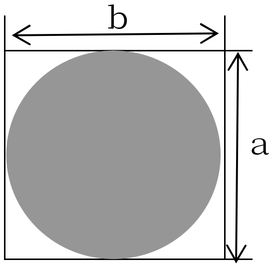
（算出例 1）　　計算式　内容品体積ｖ＝ａ×ｂ×ｈ



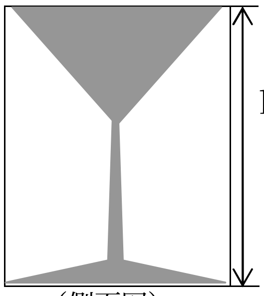


（平面図）　（側面図）

（算出例２）　　計算式　内容品体積ｖ＝ａ×ｂ×ｈ



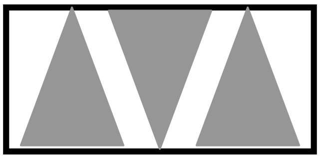
（平面図）



（側面図）

3　1及び2により難い内容品については，その形状等を考慮して体積を算出する。

（例示：詰め合わせ等の商品で，直方体で体積を計算することが適当でない場合）



包装基準に適合しない商品を供給する事業者に対する指導，勧告及び公表に関する実施要領

（趣旨）

第１条　この要領は，京都市消費生活条例（以下「条例」という。）第１７条第１項に基づく包装基準（昭和 59 年 10 月 4 日京都市告示第 166 号。以下「包装基準」という。）に適合しない商品を消費者に供給する事業者（以下「事業者」という。）に対し，市長が条例第３４条第１号の「第１４条第３項（第１７条第２項において準用する場合）の規定に違反していると認めるとき」の規定に基づく指導（以下「指導」という。）並びに条例第３５条第１項の規定に基づく勧告（以下「勧告」という。）及び同条第２項の規定に基づく公表（以下「公表」という。）を行う場合の必要な事項を定めるものとする。

（指導）

第２条　市長は，事業者に対し，指導をするときは，包装基準に適合しない商品の是正指導書（第１号様式）を用いて行うとともに，包装基準に適合しない商品の是正指導に係る回答書（第２号様式）の提出を当該事業者に求めるものとする。

２　前項の指導は，当該商品の実質的な供給者と認めることができる事業者に対して行うものとする。

（勧告）

第３条　市長は，前条の指導後の措置が不十分であると認めるときは，当該事業者に対し，包装基準に適合しない商品の是正勧告書（第３号様式）を用いて勧告するとともに，包装基準に適合しない商品の是正勧告に係る回答書（第４号様式）の提出を当該事業者に求めるものとする。

２　市長は，第１項の規定による勧告をしたときは，その旨及びその勧告の内容を，条例第３５条第３項に規定する当該事業者の関係者等へ，包装基準に適合しない商品の是正勧告に係る関係者等への通知書（第５号様式）により通知しなければならない。

（公表）

第４条　市長は，当該事業者が勧告に従わないことにつき，正当な理由がないと判断したときは，その旨及び勧告の内容を公表するものとする。

２　前項の公表は，京都市文化市民局市民生活部市民総合相談課ホームページに登載するほか，広く市民に周知できる方法により行うものとする。

（補則）

第５条　この要領に定めるもののほか，指導，勧告及び公表に関し必要な事項は，文化市民局市民生活部長が定める。

附　則

この要領は，平成 21 年 6 月 1 日から施行する。

第１号様式（第２条関係）

文市市第　　　号
年　月　日

（あて先　（事業者名）　）

京都市長　　　　　　　印

包装基準に適合しない商品の是正指導書

京都市消費生活条例第１７条第１項に基づく包装基準（昭和 59 年 10 月 4 日京都市告示第 166 号。以下「包装基準」という。）に適合しない商品を消費者に供給していると認められるので，同条例第３４条第１号の規定により，これを是正するよう指導します。

講じた是正措置については，包装基準に適合しない商品の是正指導に係る回答書（別添様式）により回答してください。

なお，この指導に従わないときは，同条例第３５条第１項の規定により勧告することがありますので，念のために申し添えます。

記

適合しない商品	商品名・規格等
	理由
回答期限	
回答先	京都市 文化市民局 市民生活部 市民総合相談課 〒604 - 8186 中京区烏丸御池東南角 アーバネックス御池ビル西館４階（市民生活センター）

第２号様式（第２条関係）

年　　月　　日

（あて先）　京 都 市 長

所 在 地

事業者名

代表者名　　　　　　　　　　印

包装基準に適合しない商品の是正回答書

　　　　年　　月　　日付文市市第　　号で指導がありました京都市消費生活条例第１７条第１項に基づく包装基準に適合しない商品について，下記のとおり是正しましたので報告します。

今後は，包装基準に適合しない商品を供給しないことを誓約します。

記

１　是正内容

２　実施日　　　　　　　　年　　月　　日（ 完了・完了予定 ）

（備考）１　この用紙の大きさは，日本工業規格Ａ４とすること。
２　実施日は，完了・完了予定のうち，該当しないものを抹消する，若しくはいずれかを明記すること。
３　実施日を完了予定とする場合は，是正内容にその理由についても詳しく記載すること。なお，その設定については，最短の期間とするよう十分留意すること。

第３号様式（第３条関係）

文市市第　　　号
年　月　日

（あて先　（事業者名）　）

京都市長　　　　　　　印

包装基準に適合しない商品の是正勧告書

京都市消費生活条例第１７条第１項に基づく包装基準（昭和 59 年 10 月 4 日京都市告示第 166 号。以下「包装基準」という。）に適合しない商品を消費者に供給していると認められるので，同条例第３４条第１号の規定により，これを是正するよう指導しましたが，措置が不十分であると認められるため，同条例第３５条第１項の規定により，下記のとおり，措置を講じるよう勧告します。

講じた措置については，包装基準に適合しない商品の是正勧告に係る回答書（別添様式）により回答してください。

なお，この勧告に従わないときは，同条例第３５条第２項の規定により勧告に従わない旨及びその勧告内容を公表することがありますので，念のため申し添えます。

記

適合しない商品	商品名・規格等
勧告内容	
勧告理由	
是正措置実施期限	
回答期限	
回答先	京都市 文化市民局 市民生活部 市民総合相談課 〒604－8186 中京区烏丸御池東南角 アーバネックス御池ビル西館４階（市民生活センター）

第４号様式（第３条関係）

年　　月　　日

（あて先）　京 都 市 長

所 在 地

事業者名

代表者名　　　　　　　　　　印

包装基準に適合しない商品の是正回答書

年　　月　　日付文市市第　　号で勧告がありました京都市消費生活条例第１７条第１項に基づく包装基準に適合しない商品について，下記のとおり是正しましたので報告します。

今後は，同条例に掲げる事業者の責務に十分留意し，京都市の指導に対して速やかな是正措置を行うことを誓約します。

記

１　是正内容

２　実施日　　　　　　　　　　年　　月　　日（ 完了・完了予定 ）

（備考）１　この用紙の大きさは，日本工業規格Ａ４とすること。
２　実施日は，完了・完了予定のうち，該当しないものを抹消する，若しくはいずれかを明記すること。
３　実施日は，勧告した是正措置実施期限を厳守すること。

第５号様式（第３条関係）

文市市第　　　号
年　月　日

（ あて先 （事業者団体，事業者名等） ）

京都市長　　　　　　　印

包装基準に適合しない商品の是正勧告に係る関係者等への通知書

京都市消費生活条例（以下「条例」という。）第１７条第１項に基づく包装基準（昭和 59 年 10 月 4 日京都市告示第 166 号。）に適合しない商品について，条例第３５条第１項の規定に基づく勧告を下記のとおり行いましたので，条例同条第３項により通知します。

なお，下記の商品を消費者に供給していると認められる場合は，条例第３４条第１号の規定に基づく指導の対象となりますので，当該商品を扱っている場合は，速やかに適切な措置を講じる必要があります。

記

勧告を受けた 事業者名	
適合しない商品	商品名・規格等
適合しない理由	
勧告内容	
勧告に至った経過	
是正措置実施期限	
今後の対応	勧告を受けた事業者が，是正措置実施期限までに，正当な理由がなく，勧告に従わないときは，条例第３５条第２項に基づき，勧告内容等を公表することがあります。

（担当　文化市民局 市民生活部 市民総合相談課　電話 075 - 256 - 1110 ）